

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины РЕГИОНАЛЬНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК

Направление подготовки бакалавров 38.03.06 – «Торговое дело»

Профиль подготовки «Коммерция»

Кафедра коммерции и гостеприимства

Цель изучения дисциплины	формирование у студентов представления и практических навыков по проведению анализа региональных потребительских рынков продукции и услуг, этапов и критериев сегментации рынка, изучение состояния отечественного потребительского рынка, особенности формирования их товарной политики
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)	<ol style="list-style-type: none">1. Региональный рынок как система рынков2. Региональный потребительский рынок: понятие, структура, факторы функционирования3. Методы анализа, оценки состояния и прогнозирования развития потребительского рынка региона4. Рынок продовольствия в структуре регионального потребительского рынка5. Региональный рынок промышленных товаров потребительского назначения6. Роль сетевых компаний в развитии регионального потребительского рынка7. Товарная политика на региональном потребительском рынке. Формирование товарного ассортимента8. Региональный рынок потребительских услуг9. Инфраструктура рынка потребительских товаров и услуг региона
Пререквизиты дисциплины	«Правовые основы профессиональной деятельности» «Экономическая теория» «Статистика» «Маркетинг» «Международная и межрегиональная торговля» «Поведение потребителей» «Коммерческая деятельность» «Электронная коммерция»
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины	ПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: - факторы, условия, определяющие функционирование и развитие регионального рынка товаров и услуг; - особенности потребительского рынка и составляющих его сегментов, проблемы развития рыночной инфраструктуры; - значение влияния потребностей населения на обеспечение конкурентоспособности отдельных товаров и услуг на рынке Уметь: - анализировать и оценивать конъюнктуру регионального

	<p>потребительского рынка</p> <p>Владеть</p> <p>-методами исследования конкретных потребительских рынков товаров и услуг</p>
Используемые инструментальные и программные средства:	<p>Пакет MS-Office, презентации (Power Point), электронные учебные материалы в сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде университета, электронные рассылки по E-mail</p>
Формы текущего контроля:	<p>кейсы, задачи, организационно-деятельностные игры, самостоятельные задания (в т.ч. домашние задания), рейтинг-контроль</p>
Форма промежуточного контроля знаний:	<p>зачёт</p>

Составитель аннотации,
специалист по УМР кафедры КиГ



Е.В.Кашицина

Заведующий кафедрой КиГ



О.Б.Яресь

Председатель учебно-методической комиссии
направления 38.03.06



О.П.Полоцкая